

# KREDIBILITAS OLGA SYAHPUTRA SEBAGAI SEORANG KOMEDIAN

(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Kredibilitas  
Olga Syahputra Sebagai Seorang Komedian)

SKRIPSI



Oleh:

Safa Tri Zamharira  
NPM. 0843010224

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI

KREDIBILITAS OLGA SYAHPUTRA SEBAGAI SEORANG KOMEDIAN

(Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Kredibilitas  
Olga Syahputra Sebagai Seorang Komedian)

Disusun oleh :

SAFA TRI ZAMHARIRA

NPM. 0843010224

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Sumardijati, MSi

NIP. 196203231993092001

Mengetahui

D E K A N

Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi

NIP. 195507181983022

KREDIBILITAS OLGA SYAHPUTRA SEBAGAI SEORANG KOMEDIAN  
( Studi Deskriptif Kuantitatif persepsi remaja Surabaya terhadap kredibilitas Olga Syahputra sebagai  
seorang komedian)

Oleh:

SAFA TRI ZAMHARIRA  
0843010224

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional  
“Veteran” Jawa Timur Pada Tanggal 10 Januari 2014

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dra. Sumardijati, MSi  
NIP. 196203231993092001

Dra. Sumardijati, MSi  
NIP. 196203231993092001

2. Sekertaris

Dra. Dyva Claretta, MSi  
NPT. 3 6601 94 00251

3. Anggota

Dra. Diana Hertati, MSi  
NIP. 196309071991032001

Mengetahui,

D E K A N

Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi  
NIP. 195507181983022001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “KREDIBILITAS OLGA SYAHPUTRA SEBAGAI SEORANG KOMEDIAN” (studi deskriptif kuantitatif persepsi remaja Surabaya terhadap kredibilitas Olga Syahputra sebagai seorang komedian) dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dra. Sumardjijati, MSi selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Hj. Suparwati, MSi. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Juwito, S.Sos, MSi. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Semua keluarga saya Ayah, Ibu, kakak, dan adik, serta teman-teman saya yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan, baik secara moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat

diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihakumunya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 1 November 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
2.2. Landasan Teori .....	12
2.2.1. Komunikasi Efektif .....	12
2.2.1.1. Unsur – Unsur Komunkasi .....	15
2.2.1.2. Model Berlo .....	16
2.2.2. Kredibilitas Komunikator.....	18

2.2.3. Televisi sebagai Media Massa .....	26
2.2.4. Infotainment.....	28
2.2.5. Publik Figur .....	28
2.2.5.1. Pengertian Publik Figur.....	30
2.2.5.2. Peranan Publik Figur.....	30
2.2.6. Remaja.....	31
2.2.7. Komedian.....	32
2.2.8. Kerangka Berpikir .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
3.1.1. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.1.2. Pengukuran Variabel .....	34
3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.2.1. Kuesioner .....	36
3.2.2. Studi Pustaka.....	39
3.3. Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1. Populasi .....	39
3.3.2. Sampel .....	40
3.4. Teknik Analisis Data.....	46
3.5. Waktu Penelitian.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Gambaran Obyek Penelitian.....	47
4.1.1. Gambaran Umum Tempat Pengambilan Data .....	47

4.2. Penyajian Data.....	49
4.2.1. Deskripsi Responden.....	49
4.2.1.1. Jenis Kelamin Responden .....	50
4.2.1.2. Usia Responden .....	51
4.2.1.3. Pendidikan Responden.....	52
4.2.1.4 Pekerjaan Responden.....	53
4.2.2. Deskripsi Variabel .....	54
4.2.2.1. Kredibilitas Komunikator.....	54
4.3. Analisis Data .....	82
4.4 Pembahasan .....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2 Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN .....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Teori S-M-C-R.....	17
Gambar 3.1. Sistematika Pengambilan Sampel .....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel3.1	Jumlah Populasi.....	43
Tabel4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	52
Tabel4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel4.5	Kecerdasan Komunikator.....	55
Tabel4.6	Kelucuan Komunikator.....	57
Tabel4.7	Pengalaman Komunikator.....	57
Tabel4.8	Komponen Kompetensi .....	58
Tabel4.9	Kejujuran Komunikator .....	59
Tabel4.10	Kesopanan Komunikator.....	60
Tabel4.11	Etika Komunikator .....	61
Tabel4.12	Komponen Kepercayaan.....	62
Tabel4.13	Semangat Komunikator .....	63
Tabel4.14	Keaktifan Komunikator .....	65
Tabel4.15	Ketegasan Komunikator.....	66
Tabel4.16	Komponen Dinamisme .....	67
Tabel4.17	Ketampanan Komunikator .....	68
Tabel4.18	Kerapian Komunikator.....	69

Tabel4.19 Kepercayaan Diri Komunikator .....	70
Tabel4.20 Komponen Daya Tarik.....	71
Tabel4.21 Pribadi Hangat / Suka Menyapa Komunikator .....	72
Tabel4.22 Keramahan Komunikator.....	73
Tabel4.23 Keterbukaan Komunikator.....	75
Tabel4.24 Komponen Kepribadian .....	76
Tabel4.25 Keluar Biasaan Komunikator .....	77
Tabel4.26 Ide-ide Brilian Komunikator .....	78
Tabel4.27 Wibawa Komunikator.....	79
Tabel4.28 Komponen Karisma .....	80
Tabel 4.29 Kesimpulan Komponen Tentang Kompetensi, Kepercayaan, Dinamisme, Daya Tarik, Kepribadian, Karisma Komunikator.....	81

## ABSTRAK

Safa Tri Zamharira, Kredibilitas Olga Syahputra Sebagai Seorang Komedian (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Remaja Surabaya Terhadap Kredibilitas Olga Syahputra Sebagai Seorang Komedian)

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana kredibilitas Olga Syahputra sebagai seorang komedian setelah mengalami berbagai kasus yang dianggap merugikan pihak-pihak tertentu.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kredibilitas Olga Syahputra sebagai seorang komedian.

Landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah komunikasi efektif, unsur-unsur komunikasi, teori S-M-C-R, kredibilitas komunikator, televisi sebagai media massa, infotainment, publik figur.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yang menggunakan analisis isi dari James McCroskey. Populasi dalam penelitian adalah remaja Surabaya yang berusia 17-25 tahun.

Hasil dari penelitian ini adalah penjabaran secara rinci dari setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner. Yang telah digolongkan berdasarkan enam aspek, yaitu kompetensi, kepercayaan, dinamisme, daya tarik, kepribadian, karisma. Dari keenam aspek tersebut, Olga Syahputra memiliki tingkat kredibilitas tinggi.

Kata Kunci : Olga Syahputra, kredibilitas Olga Syahputra sebagai seorang komedian

## ABSTRACT

Safa Tri Zamharira, Olga Syahputra credibility as a comedian (quantitative descriptive study of adolescent perceptions of the credibility of Surabaya Olga Syahputra as a comedian)

The problem in this study is how the credibility of Olga Syahputra as a comedian after experiencing various cases that are considered detrimental to certain parties.

Purpose of this study is to determine how much credibility as a comedian Olga Syahputra.

Theoretical basis used in this study is effective communication, communication elements, S-M-C-R theory, communicator credibility, television as mass media, infotainment, public figures.

Methods used in this research is descriptive quantitative method, which uses content analysis of James McCroskey. Population in this study were adolescents aged 17-25 years Surabaya.

The result of this study are detailed elaboration of each item question on the questionnaire. Which has been classified based on six aspect, namely competence, confidence, dynamism, charm, personality, charisma. Of the sixth aspect, Olga Syahputra has a high level of credibility.

Keywords : Olga Syahputra, Olga Syahputra credibility as a comedian

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu faktor yang sangat mendukung di dalam kehidupan sehari – hari. Komunikasi tidak hanya dijadikan sebagai sarana pertukaran pesan dari seorang komunikator kepada komunikan namun juga untuk saling berinteraksi dan berhubungan antara seseorang dengan orang yang lain. Jalinan hubungan komunikasi antara satu dengan yang lainnya tidak terbatas pada sekelompok orang tertentu saja, namun semua orang yang hidup di dunia saling berhubungan dengan lingkungannya. Komunikasi yang tepat bukan hanya komunikasi yang melibatkan komunikator dan komunikan sebagai pemberi dan penerima pesan, namun juga bagaimana seorang komunikan dapat menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator serta bagaimana seorang komunikator dapat menyampaikan pesan yang dimengerti oleh komunikan. Seperti dikemukakan oleh Thomas M. Scheidel, bahwa berkomunikasi adalah untuk menyatakan dan mendukung identitas diri untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berfikir atau berperilaku seperti yang kita inginkan (Mulyana, 2007 : 4).

Komunikasi efektif yaitu komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan pada orang lain sesuai dengan keinginan yang ingin diraih oleh komunikator. Tujuan dari komunikasi efektif sebenarnya adalah memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara komunikator dan komunikan sehingga bahasa yang digunakan oleh komunikator lebih jelas dan lengkap, serta dapat dimengerti dan dipahami dengan baik oleh komunikan. Tujuan lain dari komunikasi efektif adalah agar pengiriman informasi dan umpan balik atau feed back dapat seimbang sehingga tidak monoton. Selain itu komunikasi efektif dapat melatih penggunaan bahasa nonverbal secara baik.

Seperti dinyatakan Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1974 : 9 – 13) komunikasi yang efektif menimbulkan lima hal. (1) pengertian : penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Kegagalan menerima isi pesan secara cermat disebut kegagalan komunikasi primer (primary breakdown in communication). Perlu pemahaman mengenai psikologi pesan psikologi komunikator untuk menghindari hal tersebut. (2) kesenangan : tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan informasi dan membentuk pengertian. Adapula komunikasi yang lazim disebut komunikasi fatis (phatic communication) yang dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan hangat, akrab, dan menyenangkan. Dalam hal ini perlu mempelajari psikologi tentang system komunikasi interpersonal. (3) mempengaruhi sikap : bisa dikatakan bahwa komunikasi yang kita jalin kebanyakan adalah untuk saling mempengaruhi satu sama lain. Komunikasi membahasakannya dengan, komunikasi persuasif. Komunikasi ini

memerlukan pemahaman tentang faktor – faktor pada diri komunikator, dan pesan yang menimbulkan efek pada komunikan. Persuasif sendiri sendiri didefinisikan sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. (4) hubungan sosial yang baik : sebagai makhluk social yang tak pernah bisa sendiri dalam kehidupannya, manusia mempunyai daftar kebutuhan sosial yang akan menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (inclusion), pengendalian dan kekuasaan (control), dan cinta serta kasih sayang (affection). Kebutuhan sosial ini hanya bisa dipenuhi dengan komunikasi interpersonal yang efektif. (5) tindakan : menimbulkan tindakan nyata memang indikator efektivitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tindakan, kita harus berhasil lebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap atau menumbuhkan hubungan yang baik. Tindakan adalah hasil kumulatif seluruh proses komunikasi. Ini bukan saja memerlukan pemahaman tentang seluruh mekanisme psikologis yang terlibat dalam proses komunikasi, tetapi juga faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku manusia.

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan – kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (Cangara, 2007:91). Kredibilitas ditentukan oleh adanya kejujuran dan keahlian. Seorang yang memiliki kredibilitas berarti dapat dipercayai, dalam arti dapat mempercayai karakter dan kemampuannya. Sokrates mengatakan, "Kunci utama untuk kejayaan adalah membuat apa yang nampak dari diri kita menjadi kenyataan. "Istilah "integritas" dan

"kejujuran" membantu dalam mengartikan kredibilitas. Citra diri (image) lebih penting daripada karakter. Kredibilitas akan berkembang bila karakter lebih dipentingkan dari citra diri. Kredibilitas akan rusak tanpa integritas. Dapat berpura-pura jujur, tulus, dan kompeten untuk sementara waktu, namun adanya tekanan dan masalah-masalah akan mengungkapkan karakter yang sebenarnya.

Faktor lain yang memengaruhi kredibilitas adalah tentang kepercayaan. Kepercayaan bersifat rapuh dan peka, juga tidak datang dengan mudah maupun cepat. Seseorang tidak akan memercayai orang lain sampai dia / seseorang tersebut merasa nyaman berada di dekatnya dan dihargai. Seseorang menginginkan orang lain untuk membuktikan dirinya sebelum kita menaruh kepercayaan pada mereka. Dan kepercayaan itu dapat hancur hanya dengan satu kesalahan.

Membangun kepercayaan dan meningkatkan kredibilitas, bila menganggap seseorang tidak bisa dipercaya, kecil peluangnya bagi suatu hubungan yang berdasarkan kepercayaan untuk berkembang. Faktor pendukung lainnya, yaitu kepekaan terhadap keperluan dan minat orang lain. Dengan cara menanyakan secara langsung apa yang pengikut butuhkan, mendengarkan nada suara mereka, dan mengajukan pertanyaan sebagai tanda kepedulian, orang akan menilai bahwa pemimpin mereka tulus dalam memberi perhatian.

Sedangkan dalam penelitian ini penulis memilih Olga Syahputra sebagai objek penelitian, karena kredibilitas Olga Syahputra sebagai seorang komedian sangat besar.



Salah satu berita yang beberapa waktu lalu sempat diberitakan di situs online Dikutip.com, yakni berita tentang kasus Olga Syahputra yang berawal dari lelucon menjadi sebuah polemik. Dalam situs tersebut diberitakan bahwa komedian Olga Syahputra tak bisa jauh dari masalah, setelah sebelumnya sering di tegur KPI karena ulahnya, kali ini Olga Syahputra dianggap telah melecehkan Agama Islam, lelucon Olga Syahputra dianggap telah menyakiti umat islam. Menurut Olga dirinya tidak bermaksud melecehkan agama Islam, yang juga agama dirinya, tidak mungkin saya ingin melecehkan agama saya sendiri, ujar Olga.

Olga Syahputra juga sempat diberitakan di situs online Okezone.com, yakni berita tentang Olga Syahputra Yang Dilaporkan Ke Polisi Oleh Seorang Dokter. Berita tersebut terlampir di situs online Okezone.com pada hari Sabtu 22 Juni 2013. Dalam situs tersebut diberitakan bahwa komedian Olga Syahputra tak bisa jauh dari masalah, setelah sebelumnya sering di tegur KPI karena ulahnya, kali ini dia dikabakan telah diadukan ke Polda Metro Jaya pada Rabu 19 Juni 2013 kemarin oleh seorang dokter bernama Febby Karina. Febby melaporkan Olga Syahputra karena dianggap telah mencemarkan nama baik dan perbuatan tidak menyenangkan. Hal tersebut dibenarkan Kabid Humas Polda Metro Jaya Kombes Pol Rikwanto. Laporan tersebut terdaftar dengan nomor LP/2077/IV/2013/PMJ/Dit reskrimun. "Pelapor atas nama Febby Karina melaporkan terlapor OG (Olga Syahputra) pada Rabu 19 Juni 2013 jam 01.38 WIB, dengan dugaan pencemaran nama baik, fitnah, perbuatan tidak menyenangkan dan tindak pidana dalam UU ITE", ucap Rikwanto di Polda Metro Jaya, Jum'at (21/6/2013) malam. Olga dilaporkan Febby karena di duga melakukan

perbuatan tidak menyenangkan, pencemaran nama baik, dan tindakan fitnah saat syuting acara komedi 'Pesbukers' tayangan 23 Mei 2013. Kejadian berawal saat pelapor selaku korban dipanggil untuk melakukan perawatan dia pun melakukan kunjungannya secara profesionalnya sebagai dokter, kemudian pelapor ditarik paksa oleh saksi 2 masuk ke areal set lokasi shooting acara pesbukers live. Dalam acara tersebut, Olga mengatakan bahwa Febby adalah "milik" Yudi, karyawan ANTV. Tidak sampai di situ, Olga juga menyebut bahwa Yudi dan Febby telah makan bersama dan pulang bersama jam 11 malam. Kemudian, Olga juga memfitnah Febby sebagai pembuat kacau rumah tangga orang. Febby pun menangis dalam acara live Pesbukers dan membantah apa yang dikatakan Olga kepada dirinya tidaklah benar. Tak terima dengan tuduhan Olga pun berujung pelaporan pelapor ke Polda Metro Jaya.

Banyolan Olga Syahputra juga pernah menyinggung korban perkosaan di ulang tahun Trans Corp tahun lalu sempat membuat heboh pemberitaan nasional. Apalagi saat itu tengah marak kejahatan perkosaan di dalam angkutan umum. Kejadian bermula saat Olga sedang bercanda dengan Sule, Olga mengucapkan kalimat yang dianggap menyinggung korban perkosaan. "Olga, kenapa lu jadi suster ngesot," pancing Sule. "Sepele, diperkosa supir angkot," jawab Olga. Banyolan konyol tersebut membuat organisasi Lentera Merah melaporkan Olga ke KPI. Oleh KPI, Olga kemudian dipanggil dan diberikan arahan untuk tidak melakukan hal serupa. Ia bahkan sempat mendatangi kantor KPI di Jalan Gajah Mada, Jakarta Pusat,

Jumat (23/12) tahun lalu. "Ini buku P3 (Pedoman Perilaku Penyiaran), gue disuruh baca. Tadi gue dijelaskan tentang peraturan-peraturan penyiaran," ujar Olga saat itu.

Olga juga pernah melakukan pelecehan terhadap symbol umat Hindu di Wayang Bandel. Di program yang ditayangkan Trans TV tersebut, Olga bermain bersama Jessica Iskandar, Ayu Dewi dan Yadi Sembako. Para pemerannya mendapatkan protes dari umat Hindu lantaran dianggap melecehkan simbol agama mereka dengan kata-kata yang kasar dan visualisasi yang jauh dari nilai-nilai kepatutan. The Hindu Center of Indonesia mengirimkan surat protes kepada pihak lembaga penyiaran yang bersangkutan serta melaporkan hal tersebut ke KPI. Namun KPI tidak memberikan teguran bagi artis termasuk Olga yang hanya mengikuti skenario yang telah ditetapkan. Salah satu yang mengundang ketersinggungan umat Hindu adalah dialog antara Sang Dursasana ingin menawar Dewi Draupadi dengan visualisasi pelecehan secara raga. Lalu ada juga dialog tentang keinginan menawar harga Istana Indraprasta, itu hal yang sangat tidak patut menurut umat Hindu. Masalah tersebut segera terselesaikan lantaran pihak Trans TV langsung menanggapi somasi tersebut.

Olga juga pernah dianggap melecehkan ucapan "Assalammu'alaikum". Pada saat itu Olga yang menjadi pemandu acara program Pesbukers di ANTV melontarkan kata-kata yang dianggap melecehkan ucapan salam umat Islam yakni 'Assalamualaikum'. Ceritanya bermula Selasa (19/6), saat itu Saat itu Julia Perez sedang menerima telepon di studio. Jupe, sapaan akrab Julia Perez mengucapkan 'Assalamualaikum', namun Olga berkelakar dengan mengatakan, "Lu

Assalamualaikum terus ah, kayak pengemis lu." Secara tidak langsung, Olga menyebut kalimat salam umat Islam tersebut sebagai ucapan pengemis. Mungkin maksudnya adalah bergurau agar penonton tertawa, Namun Olga rupanya tidak sadar, jika candaannya tersebut dianggap telah melecehkan salah satu umat. Banyak orang yang langsung mengadu ke situs KPI dan mendesak agar Olga segera diberikan tindakan tegas. Seperti yang ramai diberitakan, candaan Olga Syahputra tersebut juga telah menuai protes dari Front Pembela Islam (FPI), sebuah organisasi kemasyarakatan (ormas) berbasis agama yang kerap bertindak keras terhadap hal-hal yang dianggap bertentangan dengan ajaran agama yang mereka anut. Ketua DPD FPI DKI Habib Salim Bin Umar Al Attos atau yang akrab disapa Habib Selon dengan nada murka mengatakan jika Olga telah melecehkan Islam bahkan menganggap sudah tidak berhak hidup di muka bumi. "Kami tidak akan tinggal diam, sebelum Olga minta maaf kepada umat Islam," tegas Habib Selon seperti yang diberitakan sejumlah media.

Dari berbagai kasus yang pernah dialami Olga Syahputra, maka hal ini kredibilitas Olga Syahputra dipertaruhkan agar tetap eksis di dunia hiburan.

Dari latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh lagi tentang bagaimana persepsi remaja Surabaya terhadap kredibilitas Olga Syahputra sebagai seorang komedian. Penelitian ini dilakukan secara intensif melalui wawancara dengan remaja yang ada di Surabaya serta penelaahan melalui literatur. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang menggunakan statistik atau angka – angka tertentu.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti jabarkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Kredibilitas Olga Syahputra Sebagai Seorang Komedian.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Kredibilitas Olga Syahputra Sebagai Seorang Komedian.

## 1.4. Manfaat Penelitian

### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian serupa dan sebagai informasi terhadap pihak lain di masa – masa mendatang serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa – mahasiswi ilmu komunikasi yang tertarik dengan penelitian persepsi masyarakat terhadap media massa pada khususnya yang menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

### 1.4.2. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran kepada masyarakat tentang bagaimana cara menanggapi permasalahan perbuatan tidak menyenangkan, pelecehan, dan penghinaan yang masih merajalela di dunia pertelevisian serta kehidupan sehari –

hari. Serta peran aktif masyarakat sekitar dalam mengungkapkan sesuatu tanpa harus adanya gesekan – gesekan yang berarti diantara masyarakat itu sendiri.